

## PARA ONDE A MODA VAI NOS LEVAR? NOVOS RUMOS A SEREM TOMADOS

*To Where Fashion Is Going To Lead Us? New Directions To Be Taken*

Dal Bosco, Glória Lopes da Silva; Especialista em Produção de Moda;  
Universidade Do Vale do Itajaí – Univali, [glo.lopes@ig.com.br](mailto:glo.lopes@ig.com.br)

### Resumo

O artigo a seguir se propõe a relatar dados sobre o fenômeno *fast fashion*, bem como tratar sobre a nova tendência, o *slow fashion*, abordará ainda sobre moda sustentável, de modo a detectar os principais pontos a serem pensados em relação à preservação do planeta devido a esse comportamento excessivo de descarte das peças compradas no movimento fast fashion.

**Palavras-Chave:** Moda Sustentável; *Fast Fashion*; *Slow Fashion*.

### ABSTRACT

*The following article aims to report data on the fast fashion phenomenon, as well as treat about the new trend, slow fashion, will address on sustainable fashion, in order to detect the main points to be considered in relation to the preservation of the planet due to this excessive behavior of disposing of the parts purchased from fast fashion movement.*

**Key-Words:** *Sustainable Fashion; Fast Fashion; Slow Fashion.*

### Introdução

Propõe-se um estudo de caráter informativo sobre a cultura de massificação da produção de roupas no mercado de moda atual, ou seja, o conceito *fast fashion*, bem como o aparecimento de uma preocupação com o descarte dessas peças, surgindo assim o *slow fashion*, na tentativa de se repensar o modo como se consome moda nos dias de hoje. Abordar-se-á os grandes desafios impostos a fim de reduzir produção, consumo e detritos que toda essa forma de ingestão de moda acarreta.

---

Graduada em Design de Moda (2007) e Pós-Graduada em Produção de Moda: Percepção da Moda Contemporânea e Cultura de Imagem (2012), ambas pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali. Atuante na área de Produção de Moda Semanas de Moda, Stylist, Consultoria de Moda, Jornalismo de Moda, iniciou a carreira como docente no ano de 2013.

. A metodologia de pesquisa definida foi pesquisa bibliográfica. Analisar-se-á também as principais vertentes no sentido de moda sustentável, e o direcionamento que todos esses fatores levam a moda, e onde a levarão ainda.

### **Fundamentação Teórica**

O mundo hoje é veloz, tão ágil que é impossível estar atento o tempo todo ao imensurável volume de informações e tendências nos mais diversos temas possíveis, frente a isso, a moda com certeza não poderia estar de fora desse cenário, dada a sua característica principal, a versatilidade, ou seja, a capacidade constante de se modificar, evoluir, ser recriada, de transmitir novas simbologias, novas emoções. Desse modo surgiu o *fast fashion*, capaz de alimentar todo esse anseio por agilidade, porém, de forma gradual é possível perceber uma desaceleração no mundo da moda, um desejo de se resgatar o cuidado e a maneira que a vestimenta era produzida em um tempo mais esquecido pelas atuais gerações. Assim, o movimento *slow fashion* entra em voga e vai angariando adeptos, acreditando na reutilização das peças, de compras em brechó, em peças feitas na costureira e no escambo e compartilhamento entre amigos e familiares da mesma peça.

O movimento *slow fashion*, ou moda lenta, na contramão da produção de roupas em massa e de má qualidade, defende o desenvolvimento de peças atemporais, feitas à mão, com tecidos naturais e duráveis, como linho, algodão e seda, além da produção em baixa escala e em locais que funcionem mais como ateliês do que como indústrias. No Brasil, a marca paulista *Honey Pie*, já trabalha esse conceito.

O que levava meses e até um ano ou mais para chegar até o cliente final, hoje está acessível a apenas um *click*, através de milhões de sites e blogs especializados ou ditos especializados no assunto, o que é visto no desfile de qualquer grife internacional hoje, será facilmente encontrado nas vitrines de qualquer *fast fashion* em poucas semanas. Além das coleções tradicionais de primavera/verão e outono/inverno, nos últimos anos foram acrescentadas, alto

verão, *pre-fall*, *resort* e *cruise*, sendo realizadas todas no tempo de um ano, sem contar na quantidade de semanas de moda pelo mundo.

O consumidor é hoje cada vez mais independente e capaz de ser, ele mesmo, criador da moda. Não nega a importância do designer, mas assume, ele mesmo, uma competência criativa, pois é possível que ele esteja sempre muito bem informado sobre as tendências e constantemente atualizado sobre as mudanças de mercado e estilos. Essa fome por novidade não caracteriza apenas o grupo de *fashion victims*, como no passado, mas faz parte da velocidade na qual se inserem nossas vidas hoje, ou, como diria o sociólogo Baumam, de uma sociedade líquida e instável na qual o indivíduo deve consumir para se afirmar. (BAUMAM, 2008 apud CIETTA, 2012, p. 11).

A agilidade da oferta do *fast fashion* tornou possível essa aproximação com uma peça criada do outro lado do mundo, sem dúvida um grande serviço às consumidoras mais vorazes e atentas por moda, que assim podem comprar uma peça assinada por um estilista ou designer conceituado, que devido aos preços elevados das marcas de alta costura geralmente desenvolvidas pelos mesmos, não teriam a mesma oportunidade, porém há que se pensar na frivolidade com que esta é consumida, e mais importante na velocidade em que será descartada para dar lugar a outra, e assim, sucessivamente, sem as devidas considerações com vários fatores de extrema importância.

Por exemplo, a indústria da moda utiliza um fluxo constante de recursos naturais para a produção de peças de vestuário *fast fashion*. Desse modo, a indústria participa ativamente do esgotamento dos combustíveis fósseis utilizados, como na indústria têxtil, vestuário, produção e transporte. Reservatórios de água doce também estão sendo reduzidos para a irrigação do algodão nas safras. Compostos artificiais como pesticidas e fibras sintéticas são lançados constantemente, e em quantidades cada vez mais significativas na natureza. Dessa forma, alguns recursos naturais estão em perigo, as florestas e ecossistemas estão sendo destruídos por coisas como a produção de fibras, ocasionando problemas como secas, desertificação e alterações climáticas.

O movimento *slow fashion* ainda é pouco conhecido no Brasil, embora a expectativa seja de que o conceito deva conquistar espaço na indústria da moda nos próximos anos. Na Europa a ideia já é bastante difundida, contando

com estilistas renomados, como o belga Bruno Pieters, que desenvolve coleções inteiras com base na filosofia.

Segundo Márcia Nogueira, analista de projetos de responsabilidade social do SESI-SP e especialista em moda, a maioria das roupas produzidas que está disponível no mercado atualmente a preços acessíveis, são fabricadas com poliéster e tecidos plásticos de pouca qualidade. Para ela, contrariamente à Europa, o Brasil ainda está no ápice da era do *fast fashion*, e apenas algumas marcas, como Osklen e Maria Bonita, se aventuraram, até o momento, a lançar peças com o conceito. Ela cita ainda, a E-Text como sendo outra companhia nacional que começa a atuar no mercado, comercializando tecidos ecológicos reciclados a confecções e empresas calçadistas.

Ronaldo Fraga é um dos nomes que acredita que o conceito, apesar de pouco conhecido, se espalhe pelo país, primordialmente devido aos efeitos da globalização, que ocasionam a valorização dos produtos locais e originais. Ele também crê que na América Latina, a produção em larga escala proveniente, principalmente de países asiáticos, passe a dividir espaço com o trabalho de designers e estilistas que enfatizem idéias associadas ao *slow fashion*. Ele afirma ter colegas no Chile, Uruguai e Argentina que já incluíram em suas etiquetas o termo “moda lenta”. Aqui ainda não houve apropriação do termo, contudo, cada vez mais há uma preocupação por uma produção sustentável. Ronaldo Fraga inclusive, diminuiu expressivamente seu quadro de funcionários, baixando o número de 120 para 30. "A qualidade da roupa tem a ver com a qualidade do trabalho de quem a produz", defende. Por isso, para Fraga, a moda *slow fashion* deve buscar não somente sustentabilidade econômica, mas também a humanização dos processos.

O estilista lembra, ainda, que o *slow fashion* difere do conceito de alta-costura, já que este é dirigido à classe A e prevê a criação de roupas exclusivas, feitas sob encomenda e com materiais de luxo. "Para ser considerada alta-costura, a peça precisa ser 90% feita à mão e totalmente exclusiva, diferente da moda lenta, que é autoral, mas não exclusiva, e também acessível a todos os públicos."

Ao mesmo tempo em que o consumo de moda se torna múltiplo e, conseqüentemente, global, as diversas modas enfrentam cada vez

mais uma particularização – por exemplo, na pluralização dos estilos de vida. A moda denuncia a existência não apenas da separação de classes, mas também dos diversos modos de vida, que se dão em função da hibridação contemporânea entre as culturas. As pessoas passam a se envolver em mais de uma cultura, o que, de acordo com Featherstone (1999, p.15), passa a acontecer a partir de 1960. (AVELAR, 2011, p. 102).

Da mesma maneira como a alta-costura possui aspectos semelhantes com o movimento *slow fashion*, assim se dá a caminhada entre os conceitos de moda ecológica e *slow fashion*, são parecidos e distintos ao mesmo tempo, conforme explica Marcela Godoy, co-fundadora e chefe de projetos do Primer Congresso Latinoamericano de Ecodiseño, realizado em outubro de 2014, no Chile, que reuniu além de designers, empresas da América Latina e da Europa. Conforme ela, a moda sustentável se centra na busca de práticas ecológicas à indústria da moda, enquanto o *slow fashion* conecta-se a um estilo de vida, ao consumo de produtos locais e artesanais. Não houve participação de brasileiros na primeira edição do congresso.

Segundo (LIPOVETSKY, 1989, p. 239) igualmente como os objetos e a cultura de massa, os grandes discursos de sentido, encontram-se tomados pela lógica irreprimível do novo, direcionados por uma turbulência que, mesmo não sendo idêntica à da moda no significado restrito do termo, é menos análoga à desta. Mais do que nunca o mundo da consciência é, ele inclusive, ordenado pelo efêmero e pelo superficial, tal é a nova estrutura das sociedades democráticas. Basicamente, o momento atual trata de uma reciclagem na órbita da moda.

Algumas vertentes da moda, vem, buscando alternativas contra essa cultura de compra excessiva, de descarte quase imediato das roupas, para aquisição de cada vez mais e mais peças, que ficarão obsoletas na mesma rapidez que as primeiras adquiridas. Assim é possível verificar quatro delas, alguns definiriam como termos para uma mesma idéia ao invés de vertentes, a idéia de moda mais sustentável, embora todas conversem entre si e possuam alguns pontos em comum, existem algumas diferenças entre elas.

Pode-se citar inicialmente a ecomoda (moda ecológica, moda bio, ou moda orgânica), engloba todas as peças de roupas e outros produtos de moda produzidos por técnicas menos prejudiciais ao meio ambiente. Ou seja, salienta

a redução do impacto ambiental. Seguida da Moda ética, além de se preocupar com o meio ambiente, essa vertente se concentra inclusive na saúde dos consumidores e nas condições de trabalho dos funcionários das indústrias de moda. O destaque reincidente tanto sobre o âmbito ambiental como sobre o âmbito social.

*Slow Fashion*, não é o contrário de *fast fashion*, pelo menos a idéia é de que não haja nenhuma dualidade entre os termos, a proposta é de que sejam enfoques distintos, no qual, designers, compradores, distribuidores e consumidores estejam mais conscientes do impacto da indumentária sobre as pessoas e os ecossistemas. Excepcionalmente, este movimento, dá importância ao consumidor e seus hábitos como elemento imprescindível da cadeia. O conceito se baseia na qualidade, e não no tempo, entretanto, no fim, conseqüentemente, haverá relação com o tempo que foi dedicado a criação do produto.

E por último, surge o conceito de moda mais sustentável, incluindo todas as alternativas anteriores. A premissa de sustentável surge do conjunto de iniciativas que possibilitem que a indústria sobreviva ao longo do tempo, em razão dos recursos que dispomos e conquistando igualdade e justiça sociais. Em suma, de todas essas ações que promovem boas práticas sociais e ambientais, incluindo uma redução na produção e no consumo.

Quando se trata de reduzir produção e consumo, os desafios são gigantescos, a cada dia são mais corriqueiras as notícias sobre as más condições de trabalho em que são fabricadas as roupas as quais vestimos diariamente, a ameaça ambiental constante, proveniente do aumento da emissão de gases do efeito estufa, e sobre a crise a qual estamos inseridos no que tange à eliminação dos resíduos que produzimos.

Segundo (SALCEDO, 2014, p. 31) é possível citar os principais desafios, sendo o primeiro: uso e tratamento da água: minimizando o gasto de água e a quantidade de componentes químicos presentes na mesma, provenientes da produção de têxteis, e eliminar seu impacto nas comunidades locais; reduzir o consumo de água na fase de manutenção das peças, instituindo boas práticas de lavagem das roupas e criando alternativas às formas habituais; atingir um

nível de uso e reutilização de água mais eficaz durante as fases de produção de matérias-primas (por exemplo: algodão) e das peças de roupa.

Segundo desafio, consumo de energia e emissões: minimizar o uso direto de energia nos produtos têxteis; criar projetos e tecnologias inovadores para o desenvolvimento de produtos têxteis que suavizem as emissões de gases do efeito estufa. Terceiro desafio, utilização de químicos e descarte de dejetos tóxicos: diminuir o uso de produtos químicos e materiais potencialmente perigosos que acarretem em riscos ambientais e para a saúde durante os processos de cultivo de matérias-primas e produção de produtos têxteis.

Quarto desafio, geração e gestão de resíduos: diminuir os resíduos nas operações de produção, junto aos fornecedores e ao fim da vida útil dos produtos têxteis; criar um uso competente dos resíduos têxteis, atribuindo segunda vida aos materiais; aumentar a vida útil dos produtos e gerar uma economia circular, em que os resíduos sejam utilizados novamente como matéria-prima.

Quinto desafio, condições de trabalho dignas: colaborar para a criação de ambientes de trabalho seguros e sem exposição a substâncias químicas tóxicas; garantir condições de trabalho justas e não discriminatórias; cooperar com os fornecedores de forma a atingir transparência completa na cadeia de valor no que se refere a condições sociais e éticas. E por fim, o último desafio: novos modelos de negócio, que trata sobre a concepção de modelos baseados em serviços, e não no acréscimo do volume de bens ou propriedades.

As inovações no processo produtivo na indústria têxtil estão relacionadas ao progresso tecnológico incorporado aos equipamentos, ao desenvolvimento de novas fibras e ao aprimoramento das já conhecidas. Os diferentes graus de utilização dessas inovações afetam diretamente os custos finais dos produtos e, conseqüentemente, a competitividade industrial. (FEGHALI E DWYER, 2010, p. 62)

É claro que a moda desde seu nascimento vem passando por grandes criações, transformações e adequações, e este é evidentemente mais um desses momentos, grandes personalidades e lançadores de tendências do meio da moda, têm propagado essa visão, como o fotógrafo de moda Márcio Madeira, que atua, há 39 anos no ramo da fotografia de moda, ele acredita que

o sistema brasileiro das semanas de moda está falindo, que os eventos aqui não são pensados para os compradores de modo geral.

Ele afirma que em Paris, por exemplo, durante a semana de moda, os *show-rooms* das marcas, sejam elas, grandes ou pequenas, recebem os compradores que realizam seus pedidos logo após o término do desfile. E estes funcionam a pleno vapor e adentram pelas noites. Compradores americanos, coreanos e outros, aparecem a qualquer momento, chegando entre um desfile e outro. O principal objetivo de um desfile é vender. A única maneira de se ter uma idéia precisa dos tecidos e matérias-primas utilizados nas vestimentas, é vê-las pessoalmente no desfile e ir ao *show-room* para tocar as peças. A mídia para ele deve ser um efeito colateral.

Recentemente surgiu na imprensa, um manifesto “*anti-fashion*”, escrito pela pesquisadora e *trendhunter* holandesa Li Edelkoort, que já foi apontada pela revista *Time*, como sendo uma das pessoas mais influentes do mundo da moda. Ela desenvolveu dez tópicos, propriamente dez razões que a impulsionam a crer que a moda da maneira como a conhecemos, está defasada, em função da vasta exploração da mão-de-obra escrava, dos produtos tóxicos ao ambiente, o ritmo frenético da produção, e o descarte sem pensar nas conseqüências ambientais e sociais, como abordado acima.

Ela disse que seu interesse por moda foi substituído pela atenção em roupas, pelo fato da moda ter se distanciado do que ocorre no mundo atualmente e do que verdadeiramente os consumidores desejam. Segundo ela ainda, “a moda é insular e está se colocando fora da sociedade, o que é um passo muito perigoso”.

Os itens elencados por ela no manifesto tratam sobre: educação; materialização; manufatura; preços; designers; marketing; publicidade; Imprensa e blogs; varejo e consumidor. Ela conclui seu apanhado de idéias dizendo que a alta costura retornará de maneira triunfal, ocupando este vazio que a atual deixará. “É no ateliê de alta costura que encontramos um laboratório. A profissão de couturier se tornará cobiçada e esta forma exclusiva de costura inspirará todas as outras”.

Alternativas contra a massificação da produção de roupas surgem dia após dia, em Berlim, uma ação criativa foi realizada através da colocação de máquinas pela cidade, que vendiam camisetas por dois euros, a intervenção foi da organização *Fashion Revolution*. No momento em que o dinheiro era inserido na máquina, era exibido um vídeo, no qual apareciam funcionários de uma fábrica têxtil e suas condições de trabalho. E ao final, havia a opção de finalizar a compra ou doar o dinheiro em questão.

Em Amsterdã foi criada uma biblioteca de roupas, chamada Lena, peças são emprestadas por cinco dias. Outras alternativas, ainda mais instigantes são essas: o aplicativo moda livre fornece informações sobre as condições de trabalho e formas sustentáveis de inúmeras marcas, de modo que os consumidores possam checar antes de comprar. *Walk free* e *Made in a free world* representam organizações que lutam pelo fim do trabalho escravo. A *Factory 45* é uma iniciativa que auxilia pequenos negócios de moda sustentável a se firmarem no mercado. Páginas como *Ethical Fashion Forum*, *Ecosalon* e *Ecouterre* publicam notícias sobre a indústria de roupas e a moda sustentável todos os dias.

### **Considerações Finais**

O mundo passa por uma época de múltiplos sentidos, diversas experimentações, e o universo da moda é o local ideal para tudo isso. Nesse meio, há algum tempo, os conceitos de certo e errado, já não se fazem tão importantes ou sequer presentes.

Porém, tanta liberdade de expressão acabou gerando uma crescente banalização do vestir moda, os desejos são muitos, e o *fast fashion* tornou muito fácil essa realização, mas tão simples quanto é realizar um desejo de possuir ou vestir algo, é a facilidade com que se descartará amanhã essa peça tão sonhada ontem. Nos EUA mais de 30 quilos de roupa são jogados fora todos os dias, isso colocando de fora as peças que são revendidas ou doadas. Peças jogadas no lixo podem levar centenas de anos para se decompor. A indústria da moda é responsável por 10% da emissão de carbono mundial.

Os desafios citados ao longo deste artigo, que buscam diminuir todos os prejuízos ecológicos causados pelo sistema da moda são complexos, mas plenamente possíveis, porém é visível que a indústria da moda em sua grande maioria não possui muito interesse em viabilizá-los, provavelmente pelos custos financeiros, ou seja, o ideal para que os mesmos fossem realizados, seria o aumento desses novos comportamentos do consumidor, os conceitos *slow fashion* e moda sustentável, pois havendo uma preocupação sólida da grande maioria da fatia de clientes do mercado, as indústrias se obrigariam a mudar seu comportamento de consumo e produção.

## Referências

AVELAR, Suzana. Moda, Globalização e Novas Tecnologias. 2ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Rio de Janeiro: Senac Rio. 2011.

CIETTA, Enrico. A Revolução do *Fast Fashion*: Estratégias e Modelos Organizativos para Competir nas Indústrias Híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

FEGHALI, Marta; DWYER, Daniela. As Engrenagens da Moda. (Coleção Senac Rio/Oportunidades Profissionais). Rio de Janeiro: Senac, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia. Das Letras, 1989.

SALCEDO, Elena. Moda Ética para um Futuro Sustentável. Barcelona: GG Moda, 2014.

GIRLS WITH STYLE. Slow Fashion: O que é essa nova forma de consumir moda. Disponível em: <<http://www.girlswithstyle.com.br/slow-fashion-o-que-e-essa-nova-forma-de-consumir-moda/>> Acesso em: 05 mai. 2015.

HELOISA TOLIPAN. “O Sistema brasileiro das semanas de moda está falindo” afirma ao site o fotógrafo de moda Márcio Madeira que há 39 anos cobre desfiles mundo afora. Disponível em: <<http://www.heloisatolipan.com.br/moda/o-sistema-brasileiro-das-semanas-de-moda-esta-falindo-afirma-ao-site-ht-o-fotografo-de-moda-marcio-madeira-que-ha-39-anos-cobre-desfiles-mundo-afora/>> Acesso em: 09 mai. 2015. Acesso em: 09 mai. 2015.

LILIAN PACCE. Biblioteca de roupas na contramão do fast fashion. Disponível em: <<http://www.lilianpacce.com.br/e-mais/reciclose/biblioteca-de-roupas-lena-consequencias-da-fast-fashion/>> Acesso em: 15 mai. 2015.

STYLO URBANO. O Fast Fashion está obsoleto diz pesquisadora de tendências Li Edelkoort. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/o-fast-fashion-esta-obsoleto-diz-pesquisadora-de-tendencias-li-edelkoort/>> Acesso em: 11 mai. 2015.

UOL. Movimento Slow Fashion defende a produção de peças duráveis e feitas a mão. Disponível em: <http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2014/10/29/movimento-slow-fashion-defende-a-producao-de-pecas-duraveis-e-feitas-a-mao.htm> Acesso em: 12 mai. 2015.